

0-792960

На правах рукописи



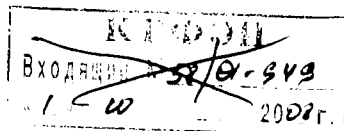
СЮЛИНА Светлана Павловна

**АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ
И ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПЛАНОВ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Специальность: 08.00.12 – «Бухгалтерский учет, статистика»

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Саратов – 2008



Работа выполнена на кафедре анализа хозяйственной деятельности и аудита Саратовского государственного социально-экономического университета.

Научный руководитель –

д-р экон. наук, профессор
Бариленко Владимир Иванович

Официальные оппоненты:

д-р экон. наук, профессор
Бороненкова Светлана Ароновна

канд. экон. наук, доцент
Игнатова Наталия Владимировна

Ведущая организация –

Волгоградский государственный
университет

Защита состоится 15 октября 2008 года в 15⁰⁰ час. на заседании диссертационного совета Д 212.241.03 при Саратовском государственном социально-экономическом университете по адресу: 410003, Саратов, Радищева, 89, Саратовский государственный социально-экономический университет, ауд. 843.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000712658

С ди

Авт

УДК: 336.233. Твд. 60 лн.

КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТОК
СРОКОВ ВОЗВРАТА
КНИГА ДОЛЖНА БЫТЬ
ВОЗВРАЩЕНА НЕ ПОЗЖЕ
КАЗАННОГО ЗДЕСЬ СРОКА
Имен. пред. выдач

Учен
дисс
д-р

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

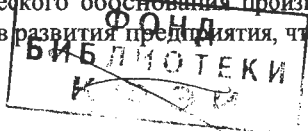
Актуальность темы исследования. Рыночные условия хозяйствования повышают самостоятельность и ответственность предприятий, что проявляется в свободе формирования производственной программы, в выборе деловых партнеров, в определении путей своего развития. Предприятия самостоятельно планируют свою деятельность на основе договоров, заключенных с потребителями продукции и поставщиками материально-технических ресурсов, определяют стратегию развития. Однако до настоящего времени разработка производственной программы и перспективных планов развития большинства предприятий слабо взаимосвязана с анализом спроса, его динамикой. Традиционный комплексный анализ, включая анализ производства и продаж продукции, недостаточно использует возможности маркетингового анализа, в частности при формировании портфеля заказов и ассортимента выпускаемой продукции. В этой связи актуализируется значимость точности исчисления спроса, позволяющей планировать производственную мощность; оценить потенциальную эффективность производственной программы; рассчитать порог безубыточности деятельности.

Стратегия роста производства промышленных предприятий должна достигаться за счет диверсификации, сочетания старой и новой продукции. Вложение средств в исследования и разработки, увеличивающие производственный потенциал, позволят повысить темпы роста продаж. В условиях конкуренции невозможно победить без освоения новых или усовершенствования выпускаемых видов продукции. В этой связи усиливается значимость инновационного пути развития, обеспечивающего конкурентные рыночные позиции, стабильность доходов, устойчивость финансового состояния.

Именно поэтому требуют дальнейшего совершенствования научные и практические разработки, касающиеся выявления и систематизации факторов, влияющих на формирование объема и структуры производства и продаж продукции промышленных предприятий, а также методики анализа формирования их стратегии. Этим обусловлена актуальность диссертационного исследования, научная и практическая значимость поставленных и решенных в нем вопросов.

Правильно составленная производственная программа обеспечивает выполнение договорных обязательств по поставке продукции; способствует бесперебойному процессу производства, обеспечивая его всеми необходимыми ресурсами в течение длительного периода; отражает активную рыночную позицию предприятия и эффективность деятельности маркетинговой службы; соответствие производства и продаж платежеспособному спросу, создает условия для ритмичности производственной и сбытовой деятельности.

По мере развития производственных отношений и экономических связей постоянно повышается роль аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития предприятия, что тре-



тах таких экономистов, как Аткинсон Энтони А., Банкер Раджив Д., Каплан Роберт С., Янг Марк С., Л. А. Бернштейн, Дж. Ван Хорн, К. Вахович, К. Друкер и др.

В то же время целостная система теоретических принципов и конкретных методик аналитического обоснования производственной программы отсутствует, недостаточно освещены адекватные реалиям российской экономики вопросы аналитического обоснования производственной программы, в том числе с целью снижения степени риска и повышения конкурентоспособности отечественных предприятий. Как следствие, существует целый ряд мало изученных практических аспектов в этой области. В частности, возможности существующей методической базы аналитического обоснования производственной программы весьма ограничены в связи с ее недостаточной ориентированностью на использование результатов маркетингового анализа. В результате незначительно учитывается динамика внешней среды, своевременно не принимаются оптимальные управленческие решения, повышаются предпринимательские риски и в целом снижается эффективность деятельности промышленных предприятий.

Научно-теоретическая и возрастающая практическая значимость указанных моментов обусловили выбор темы диссертационного исследования и определили его основные направления.

Цель и задачи исследования. Цель работы – в условиях развития рыночных отношений и реформирования бухгалтерского учета разработать методологические принципы и конкретные методические рекомендации по совершенствованию аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития предприятия, предложить методику анализа влияния продаж на стратегию предприятия.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение следующих задач:

- предложить концептуальный подход к ориентированному на спрос аналитическому обоснованию производственной программы и оценке ее выполнения;
- исследовать состояние информационного обеспечения аналитического обоснования производственной программы и наметить пути его совершенствования;
- разработать алгоритм поэтапного анализа объема производства и продаж;
- предложить порядок аналитического обоснования оптимизации объема и ассортимента продукции в долгосрочной перспективе;
- дать рекомендации по аналитическому обоснованию инвестиционных программ, связанных с развитием предприятия.

Объектом исследования являются предприятия производственной сферы различных организационно-правовых форм хозяйствования гг. Самары, Тольятти.

Предметом исследования является совокупность теоретико-методологических и методических аспектов анализа объема производства и продаж как важнейшего звена комплексного экономического анализа.

При проведении диссертационного исследования использовалась специальная литература по экономическому анализу, применялись законодательные и инструктивные материалы, материалы всероссийских и региональных научно-практических конференций, отраслевые методические материалы.

Теоретической и методологической основой исследования послужили международные стандарты финансовой отчетности, законодательные и другие нормативные акты, работы ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области экономического анализа и маркетинга, Законы Российской Федерации, регулирующие развитие рыночных отношений, постановления Правительства Российской Федерации по вопросам развития промышленности, постановления и решения Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации, информация справочных систем «Гарант» и «Консультант Плюс».

При выполнении поставленных задач применялись общенаучные методы исследования (системный подход, обобщение, сравнительный анализ, статистический анализ, метод экспертных оценок, сопоставление, прогнозирование, экономическое моделирование).

Научная новизна диссертационного исследования находит свое отражение в постановке, теоретическом обосновании и практическом решении комплекса научно-методологических и практических вопросов, связанных с совершенствованием аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития предприятия в целом на новой методологической основе, что позволяет получить необходимую информацию для предварительного анализа, прогнозирования, планирования и принятия решений по управлению производственной деятельностью.

В процессе исследования получены и выносятся на защиту следующие результаты, обладающие элементами научной новизны:

- разработан порядок аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития предприятия со сквозной ориентацией на спрос, предполагающий на каждом этапе анализа сравнение фактических и планируемых показателей продаж с возможным объемом продаж конкретных видов продукции, обеспеченным спросом (текущим и перспективным);

- даны предложения по расширению информационного обеспечения аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития предприятия за счет введения показателя «возможный объем продаж конкретных видов продукции, обеспеченный спросом (текущим и перспективным)»; разработан подход к формированию внутренней отчетности предприятий на основе встраивания в структуру внутренней отчетно-

сти элементов аналитических процедур, что позволяет оптимизировать структуру ассортимента продукции, работ, услуг и организационную структуру предприятия, соответствуя требованиям ПБУ 12/2000 «Информация по сегментам» и МСФО – 14 «Сегментная отчетность»;

- предложена методика анализа объема производства и продаж на основе использования результатов маркетингового, стратегического анализа при выборе ассортиментных позиций и учета внешних конкурентных и внутренних факторов; разработана методика оперативного анализа производства и отгрузки продукции на основе детализации причин выявленных фактических отклонений от запланированного графика отгрузки и продаж по соответствующим декадам месяца, использование которой позволит своевременно реагировать на негативные ситуации и принимать меры по устранению их причин;

- разработана методика аналитического обоснования оптимизации объема и ассортимента продукции в долгосрочной перспективе на основе интегрального коэффициента рыночной устойчивости в конкурентной среде;

- рекомендована методика аналитического обоснования инвестиционных программ, связанных с развитием предприятия и необходимых для соблюдения условий рыночной устойчивости в конкурентной среде, на основе оценки дефицита производственной мощности и проверки инвестиционных проектов, направленных на ликвидацию выявленного дефицита, по критерию NPV.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования отражены в опубликованных статьях, докладывались и обсуждались на международных и всероссийских научно-практических и научных конференциях.

Разработанные методики аналитического обоснования производственной программы предназначены для формирования производственных программ и программ развития по различным направлениям деятельности производственных предприятий.

Разработки по вопросам аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения внедрены в практическую деятельность ОАО «Тольяттинский завод технологического оснащения» и ООО «Самарский завод противопожарного оборудования». Основные аспекты диссертации апробированы и используются в учебном процессе филиала НОУ ВПО «Самарская гуманитарная академия» в г. Тольятти при преподавании дисциплин «Теория экономического анализа», «Маркетинговый анализ», «Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности», «Анализ финансовой отчетности», «Бухгалтерский управленческий учет».

По теме диссертации опубликовано 19 научных работ общим объемом 9,2 печ. л.; в том числе 3 статьи в рецензируемых научных журналах и изданиях, рекомендованных ВАК, общим объемом 2,0 печ. л.

Объем и структура работы. Цель и задачи исследования определили структуру диссертационной работы:

Введение

Глава 1. Значение, задачи и условия аналитического обоснования производственной программы

1.1. Теоретические основы аналитического обоснования производственной программы

1.2. Спрос на продукцию как объект экономического анализа и как фактор, определяющий производственную программу и план развития предприятия

1.3. Информационное обеспечение аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения

Глава 2. Аналитическое обоснование производственной программы

2.1. Маркетинговый анализ как центральный элемент аналитического обоснования формирования портфеля заказов и ассортимента выпускаемой продукции

2.2. Анализ производственного потенциала предприятия и использование его результатов для аналитического обоснования производственной программы

2.3. Методика анализа объема производства и продаж

Глава 3. Аналитическое обоснование перспективных планов развития предприятия

3.1. Прогнозирование изменения стратегических позиций предприятия в результате реализации программ его развития

3.2. Аналитическое обоснование оптимизации объема и ассортимента продукции в долгосрочной перспективе

3.3. Аналитическое обоснование инвестиционных программ, связанных с развитием предприятия

Заключение

Библиографический список

Приложения

Библиографический список содержит 164 источника. В работе 8 приложений, 30 таблиц и 23 рисунка. Объем диссертации составляет 164 страницы.

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

Проведенное диссертационное исследование, а также основные выводы, положения и рекомендации можно разделить на три логически взаимосвязанные группы теоретических и практических проблем.

Первая группа проблем связана с рассмотрением теоретических основ аналитического обоснования производственной программы; рассмотрением состояния информационного обеспечения аналитического обоснования про-

изводственной программы и ее совершенствованием; формированием системы показателей аналитического обоснования производственной программы и ее выполнении.

Предложен концептуальный подход к ориентированному на спрос аналитическому обоснованию производственной программы и оценке ее выполнения, а именно, помимо учета текущего спроса, который проявляется в формировании портфеля заказов и обосновании производственной программы на текущий период, концепция предполагает взаимосвязанное изучение долгосрочных изменений спроса на конкретные виды продукции, что позволяет не только формировать перспективные производственные программы, но и определять направления дальнейшего развития предприятия в случае, если его производственный потенциал будет не в состоянии обеспечить выявленный перспективный спрос при полной загрузке производственной мощности и полном использовании имеющихся производственных ресурсов.

В диссертационном исследовании предложен алгоритм аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения (рис.).

На каждом этапе предлагается сравнивать исследуемые показатели с возможным объемом продаж конкретных видов продукции для удовлетворения перспективного спроса, что позволит оптимизировать производственную программу.

В работе рассматривается спрос с позиций его значимости при формировании производственной программы. В этой связи в рамках исследования спрос изучается как объект экономического анализа и как фактор, определяющий производственную программу и план развития предприятия. Поскольку в сложившейся ситуации спрос является основой формирования производственной программы и стратегии развития, в работе исследованы роль анализа спроса на предварительном, текущем и заключительном этапах производственно-хозяйственного цикла.

Предложено расширение информационного обеспечения аналитического измерения и изучения спроса в ходе проведения предварительного, оперативного и итогового анализа. Традиционные направления сравнительного экономического анализа – фактического объема продаж с предыдущим периодом (динамический анализ) и с плановым заданием (анализ выполнения планового задания) – дополнены показателем «возможный объем продаж конкретных видов продукции, обеспеченный спросом (текущим и перспективным)», представляющим собой базу для сравнения планируемого или фактического объема продаж с перспективным спросом на каждом этапе аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения. Он расширяет информационное обеспечение аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития предприятия; предназначен для сравнения с портфелем заказов, произ-

водственным потенциалом в целях оптимизации ассортимента продукции, объемов ее выпуска и выбора направлений перспективного развития предприятия.



Рис. Этапы аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения

В структуре информационной базы анализа отмечен рост внеучетных источников информации, отражающих состояние внешней среды, а именно рынка товаров и услуг, их конкурентоспособности, рынка рабочей силы и т. д.

Рассмотрены бухгалтерские и статистические источники информационного обеспечения предварительного (перспективного), оперативного и итогового (ретроспективного) анализа производственной программы и ее выполнения.

Определены направления анализа производства и продаж в финансовом и управленческом анализе по объектам: готовая продукция; отгрузка товаров; ассортимент; качество; выручка в целом, по географическим и операционным сегментам, по видам продукции, работ и услуг.

Практическая полезность сравнительного анализа в значительной степени ограничивается недостатками его информационной базы, а именно недостаточностью статистических данных о финансовых показателях предприятий по отраслям и размерам предприятий. Результаты статистического наблюдения, например, по промышленности (число предприятий, объем продукции, уровень рентабельности продукции, среднегодовая численность промышленно-производственного персонала, индексы производства продукции по отраслям промышленности, структура затрат на производство продукции по отраслям промышленности, уровень использования среднегодовой производственной мощности по выпуску конкретных видов продукции и др.) отражают результаты деятельности в масштабах промышленности. Однако они не ставят своей задачей выявить причины абсолютных и относительных изменений данных показателей на уровне отдельных предприятий.

Расширение информационной учетно-аналитической базы может быть связано с использованием данных в рамках международного производства на основе международного стандарта передачи финансовой информации в электронном виде с помощью языка XBRL через Интернет. Анализ такой информационной базы обеспечит точность оценки объемов продаж определенных видов продукции, емкости рынка, рыночной доли предприятия-производителя; позволит сгруппировать предприятия по объемам продаж промышленной продукции; даст возможность проведения сравнительного анализа предприятий отрасли.

В ходе проведенного исследования сформирована оптимальная система основных показателей аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения с включением предложенного показателя – возможный объем продаж конкретных видов продукции, обеспеченный спросом (текущим и перспективным). Методики анализа объединены в два блока:

блок 1 – методика аналитического обоснования производственной программы;

блок 2 – методика анализа выполнения производственной программы.

Во втором блоке выделены такие взаимосвязанные группы как анализ и интерпретация общих показателей выполнения производственной программы; анализ элементов производственного потенциала; анализ производственной мощности; анализ качества; анализ ритмичности производства и продаж продукции; анализ и интерпретация показателей оценки затрат; анализ взаимосвязи объема производства (продаж), себестоимости и прибыли; анализ деловой активности; анализ потенциальной эффективности производственной программы; анализ прочих показателей.

Назначение и использование показателей аналитического обоснования производственной программы зависят от конкретной цели анализа, особенностей выпускаемой продукции и т. д.

В работе отмечено, что при формировании производственной программы следует учитывать процентное изменение прибыли от продаж в зависимости от процентного изменения объема продаж.

Сделан вывод о том, что комплексное использование показателей более полно и всесторонне характеризует объем производства и объективно определяет влияющие на его изменения факторы.

Вторая групп проблем, исследованных в диссертации, связана с использованием результатов маркетингового анализа для обоснования формирования портфеля заказов и ассортимента выпускаемой продукции, возможностями применения результатов анализа производственного потенциала для аналитического обоснования производственной программы, разработкой методики анализа производства и продаж продукции.

Исследование показало, что анализ должен использовать результаты маркетинговых исследований для оценки целесообразности расширения или существенного изменения ассортимента, возможного уровня продажных цен на них с учетом требований покупателей к их качеству. В работе рассмотрены такие направления маркетингового анализа, как анализ спроса и его эластичности, анализ емкости рынка и рыночной доли предприятия, анализ формирования ассортимента и производственной программы, анализ ценовой политики, анализ конкурентоспособности продукции, позиционирование видов продукции на основе матрицы Бостонской консалтинговой группы.

С целью аналитического обоснования изменения возможной цены продаваемой продукции проведен анализ эластичности спроса и получено подтверждение о более точном результате эластичности в случае расчета по коэффициенту дуговой эластичности спроса вследствие учета изменения показателей за два смежных периода.

Очевидно, что одним из важных составляющих маркетингового анализа должен быть инновационный. В этой связи указаны мероприятия по освоению производства перспективных видов продукции. При анализе инновации конкретного продукта важно установить стадии жизненного цикла инновации, ближайшую перспективу, этап спада и ликвидации, поэтому необ-

ходима систематическая работа по прогнозированию внедрения и сопровождения инноваций.

При расчете перспективного объема продаж на внешнем и внутреннем рынках следует оценить конкурентоспособность продукции. В работе предложена методика оценки конкурентоспособности конкретных видов промышленной продукции путем сравнения технических и экономических параметров и разработки рекомендации по включению в производственную программу наиболее конкурентоспособных видов продукции.

Предложена методика построения матрицы Бостонской консалтинговой группы для позиционирования конкретных видов промышленной продукции и оптимизации ее ассортимента. В работе дана оценка влияния сформированного ассортимента на эффективность всей деятельности с помощью показателей доли продукции в общем объеме продаж, рентабельности продукции.

Предприятие формирует портфель заказов по объему и номенклатуре продукции на основании договоров. Это позволяет исчислить финансовые показатели портфеля заказов, включая расчетную прибыль, рентабельность и другие показатели, от которых зависит эффективность продаж. Имеющийся наличный портфель и сведения о новых поступлениях характеризуют степень загрузки производства в настоящий момент и в ближайшем будущем.

Разработана методика анализа объема производства конкретных видов продукции по разным заказам на основе детализации данных о заключенных договорах в разрезе по месяцам и срокам исполнения заказа согласно заключенному договору, что позволяет провести сравнительный, итоговый анализ либо по однородной продукции в целом, либо по отдельным договорам (заказам).

Аналитическое обоснование производственной программы должно быть увязано с возможностями производства (производственными мощностями, обеспеченностью материальными и трудовыми ресурсами и т. д.). В этой связи предложена методика оценки влияния производственных мощностей на формирование производственной программы на основе учета соотношения возможного объема продаж с имеющейся производственной мощностью предприятия.

Рекомендован аналитический подход к оценке потребностей в материальных ресурсах и возможностей их обеспечения для выполнения плана производства конкретных видов продукции и возможного объема производства, обеспеченного перспективным спросом, в течение года в разрезе по месяцам, наименованиям необходимых материальных ресурсов и конкретных поставщиков. Кроме того, предложено аналитическое обоснование потребности в трудовых ресурсах для выполнения производственной программы и возможного объема производства, обеспеченного перспективным спросом,

на основе технологических норм трудоемкости и эффективного фонда рабочего времени в плановом периоде.

На основе существующих методик разработан алгоритм поэтапного анализа объема производства и продаж, содержащий четыре этапа: предварительный, промежуточный, результирующий, стратегический. Помимо традиционных процедур (анализ выполнения договорных обязательств, анализ качества, анализ ритмичности), алгоритм предусматривает использование результатов маркетингового и стратегического анализа при выборе ассортиментных позиций. Основой формирования всех этапов выступает ориентация на рыночный спрос, предполагающая на каждом этапе сравнение объемов производства и продаж конкретных видов продукции с возможным их объемом производства и продаж, обеспеченных текущим и перспективным спросом. В связи с этим содержание каждого этапа учитывает влияние внешних конкурентных и внутренних факторов.

Предложена методика проведения оперативного анализа производства и отгрузки продукции с детализацией причин выявленных фактических отклонений от запланированного графика отгрузки и продаж по соответствующим декадам месяца, использование которой позволит своевременно реагировать на негативные ситуации и принимать меры по устранению их причин.

Анализ выполнения производственной программы связан с анализом выручки от продаж. Для оптимизации информационной базы управленческого анализа в рамках управленческого учета рекомендуется сформировать управленческую отчетность для целей управления выручкой по видам продаж (товаров, продукции, работ, услуг). В этой связи указаны основные моменты, обуславливающие выделение выручки по видам продаж как самостоятельных позиций управленческой отчетности: анализ возможных отклонений финансовых результатов, оценка составляющих элементов и потенциальных структурных сдвигов в деятельности, прогноз производственных и инвестиционных рисков, определение возможности наращивания потенциала в перспективе; оптимизация контроля действенности различных видов продаж; возможность организации процесса бюджетирования, контроль выполнения плановых заданий соответствующим сегментом, анализ выявленных отклонений и т. д.; предупреждение появления и роста отрицательных тенденций в отдельных сегментах; выявление наиболее рентабельных видов продаж; своевременная консервация неперспективных видов продаж; выполнение требований надежности управленческой отчетности, конкретности отчетной информации, своевременности представления отчетности и т. д. Детализация выручки по отдельным видам продаж конкретизирует влияние их соответствующих видов на прибыль от продаж и позволяет своевременно выявить возникшее отрицательное влияние. Данный подход положен в основу рекомендуемой методики вертикального и гори-

зонтичного деталізованого аналізу виручки по видах продаж з виявленням відхилень планованих і фактичних даних від можливого обсягу виробництва, забезпеченого перспективним спросом. Представлений порядок можна углубити в залежності від поставлених аналітичних завдань промислового підприємства (по сумі заборгованості по продажах товарів, продукції, робіт, послуг; по угодах, по сегментах ринку, по споживачам (покупцям), по видах експортованої і імпортованої продукції і т. д.).

В цілях підвищення аналітичності інформації пропонується впровадити в структуру внутрішньої звітності підприємств елементи аналітичних процедур, т. є. во внутрішній звітності промислових підприємств рекомендовано деталізувати виручку по видах продаж і продукції, робіт, послуг з точки зору їх позиціонування на принципах матриці Бостонської консалтингової групи як «звізди», «дикі кошки», «дойні корови», «неудачники». Це корисно в цілях формування оптимального асортименту продукції, робіт, послуг і організаційної структури підприємства, а також відповідає вимогам ПБУ 12/2000 «Інформація по сегментах» і МСФО – 14 «Сегментна звітність» о виділенні в операційний сегмент частини діяльності підприємства по виробництву визначених товарів, підтверджених ризикам і отриманню прибутків, різних від ризиків і прибутків по іншим групам товарів. Крім того, цей підхід доречний в відношенні географічних сегментів в разі виконання діяльності підприємства на територіях різних регіонів.

Розроблена методика підсумкового і порівняльного аналізу виручки по видах продаж, цінності якої заключається в тому, що вона дозволяє по даним о діяльності за ряд років провести порівняльний, підсумковий, факторний аналіз сопоставимих показників з урахуванням інфляції; забезпечує своєчасному вивченню резервів зростання виручки від продажів і маржинального доходу; шляхом порівнянь з середньотрасовими даними або даними лідерів в відповідному сегменті ринку дозволяє оцінити стратегію розвитку і результативність управлінських рішень керівництва виробничого підприємства.

Третя група проблем, розв'язанню якої присвячена дисертація, пов'язана з прогнозуванням змін стратегічних позицій підприємства в результаті реалізації програми його розвитку, аналітичним обґрунтуванням оптимізації обсягу і асортименту продукції в довгостроковій перспективі, аналітичним обґрунтуванням інвестиційних програм, пов'язаних з розвитком підприємства.

Пропонується використання ідеології SWOT-аналізу для цілей аналітичного обґрунтування напрямків інноваційної діяльності, змін виробничої програми і планів розвитку підприємства на перспективу, що дозволяє оцінити сильні сторони можливостей і сильні угрози

зы по обеспечению устойчивости промышленного предприятия, предложить рекомендации по снижению (сокращению) слабых возможностей и угроз.

Особое внимание при рассмотрении оптимизации объема и ассортимента продукции в долгосрочной перспективе уделено подходам и методам аналитического обоснования оптимизации производственной программы и ассортимента. Оптимальная производственная программа должна позволить максимально возможно удовлетворить спрос при обеспечении требований рыночной устойчивости в конкурентной среде. С этой целью предложен порядок аналитического обоснования оптимизации объема и ассортимента продукции в долгосрочной перспективе посредством применения в качестве критерия оптимальности производственной программы интегрального коэффициента рыночной устойчивости в конкурентной среде (рассчитываемого как сумма произведений рентабельности активов, коэффициента текущей ликвидности, коэффициента обеспеченности запасов собственными оборотными средствами на их весомость); расчета бюджетного бухгалтерского баланса и бюджетного отчета о прибылях и убытках; формирования системы ограничений с учетом внешних, внутренних факторов и решения задач симплекс-методом; предварительного анализа оптимизации структуры ассортимента экспертным методом; расчета двух вариантов производственной программы в долгосрочной перспективе по избранным показателям; сравнительного анализа двух вариантов производственной программы и выбора предпочтительного из них.

В нижеприведенной таблице представлено изменение структуры ассортимента продукции на основе результатов решения линейной модели оптимизации.

**Таблица. Изменение структуры ассортимента продукции
ООО «Самарский завод противопожарного оборудования»
на основе результатов решения линейной модели оптимизации**

Виды продукции	Фактический ассортимент в 2007 г.		Оптимальный ассортимент в соответствии с решением модели		Отклонения (+,-)	
	Количество, шт.	Удельный вес, %	Количество, шт.	Удельный вес, %	По количеству, шт.	По удельному весу, %
1	2	3	4	5	6 (гр.4-гр.2)	7 (гр.5-гр.3)
1. ОП-4(з)	730	27	800	29	+70	+2
2. Воздушно-пенный ОВП-50	800	29	884	32	+84	+3
3. Автонабор «Стандарт»	680	25	680	24	-	-1
4. ОП-2(з)	500	19	427	15	-73	-4
Итого	2710	100	2791	100	+81	x

С целью оптимизации прибыли разработана методика аналитических расчетов на основе использования методов сопоставления валовых показателей и сопоставления предельных показателей для определения оптимального объема производства и поставок промышленной продукции, обеспечивающего требуемые размеры объема продаж и прибыли в будущем периоде.

В развитие производства принципиально новых видов продукции, которые потенциально могут быть востребованы рынком, необходимо соответствующее инвестирование. Планируемый рост объема продаж должен быть обеспечен инвестициями в увеличение производственных мощностей и источниками финансирования для этих инвестиций. Разницу между фактически сложившейся реальной и оптимальной производственной мощностью в работе предложено называть дефицитом производственной мощности. Рекомендован порядок определения потребностей инвестиционных ресурсов для компенсации выявленного дефицита производственной мощности на основе его оценки и проверки инвестиционных проектов, направленных на ликвидацию выявленного дефицита, по критерию NPV.

Разработанная автором комплексная методика аналитического обоснования производственной программы и перспективных планов развития может использоваться предприятиями любых форм собственности, поскольку учитывает как производственные мощности предприятия, так и возможные конъюнктурные изменения рынка.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Статьи в журналах и изданиях, рекомендуемых ВАК:

1. *Сюлина С. П.* Аналитическое обоснование влияния социальных показателей уровня жизни населения Самарской области на спрос на легковые автомобили // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Специальный выпуск «Наука – промышленности и сервису». Вып. 2. – Самара : Изд-во Самарского научного центра РАН, 2006. – 0,95 п. л.

2. *Сюлина С. П.* Аналитическое обоснование оптимизации ассортимента продукции // Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 87. – М. – СПб. : Вольное экономическое общество России, 2007. – 0,44 п. л.

3. *Сюлина С. П.* Анализ производственного потенциала предприятия и возможности его использования для аналитического обоснования производственной программы // Научные труды Вольного экономического общества России. Т. 91. – М. : Вольное экономическое общество России, 2008. – 0,63 п. л.

Статьи и тезисы докладов в других изданиях:

4. *Сюлина С. П.* О качестве информационной базы экономического анализа. / Проблемы формирования информации о деятельности экономиче-

ских субъектов : сб. статей Всероссийской научно-практической конференции. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2006. – 0,61 п. л.

5. Сюлина С. П. Качественные характеристики информационной базы для экономического анализа // Теория и практика экономического развития в условиях реформирования бухгалтерского учета : учеб. пособие. – Тольятти : ТВТИ, 2006. – 0,5 п. л.

6. Сюлина С. П. Аналитическое обоснование влияния использования трудовых ресурсов на объем продаж / Современные проблемы управления персоналом организации : сб. статей IV Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2006. – 0,2 п. л.

7. Сюлина С. П. К вопросу о спросе как категории рынка / Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики : сб. статей Международной научной конференции. – Тольятти, 2007. – 0,25 п. л.

8. Сюлина С. П. Производственный и финансовый леверидж: аналитические аспекты / Аудит, налоги и бухгалтерский учет в Российской Федерации: основы, теория и практика : сб. статей VI Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2007. – 0,15 п. л.

9. Сюлина С. П. Аналитическое обоснование ассортиментных программ / Проблемы формирования информации о деятельности экономических субъектов : сб. статей участников Всероссийской научно-практической конференции. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 0,86 п. л.

10. Сюлина С. П. Использование результатов маркетингового анализа для аналитического обоснования формирования портфеля заказов / Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики : сб. статей Международной научной конференции. – Тольятти : ВУиТ, 2007. – 0,87 п. л.

11. Сюлина С. П. К вопросу о показателях промышленной продукции // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. Сер. «Экономика». Вып. 13. – Тольятти : ВУиТ, 2007. – 0,3 п. л.

12. Сюлина С. П. О роли анализа при разработке производственной программы / С. П. Сюлина, Н. Н. Селюжицкая // Вестник Самарской гуманитарной академии. – Самара : Самар. гуманитар. акад., 2007. – 0,44 п. л. (авторские – 0,22 п. л.).

13. Сюлина С. П. Расчет производственной мощности предприятия как этап обоснования производственной программы // Известия на Научен център «Свети Дазий Доростолски». – Силистра към Русенски университет «Ангел Кънчев». Кн. II. – Силистра : Изд-во ТИБО, 2007. – 0,44 п. л.

14. Сюлина С. П. К вопросу о планировании производства и продажи продукции // Известия на Научен център «Свети Дазий Доростолски». – Силистра към Русенски университет «Ангел Кънчев». Кн. II. – Силистра : Изд-во ТИБО, 2007. – 0,3 п. л.

15. Сюлина С. П. Некоторые вопросы правового регулирования хозяйственных операций по продаже продукции / Правовая политика Российской

Федерации в условиях современного социально-экономического развития / Материалы II Международной научно-практической конференции. – Ростов н/Д, 2007. – 0,44 п. л.

16. *Сюлина С. П.* Анализ производственного потенциала / Проблемы информационного обеспечения управления экономическим потенциалом / Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Челябинск, 2007. – 0,27 п. л.

17. *Сюлина С. П.* Прогнозирование изменения стратегических позиций предприятия в результате реализации программ его развития / Актуальные проблемы социально-экономического развития: территориальные и отраслевые аспекты. Ч. III / Материалы V юбилейной международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики». – Тольятти : Волжский университет им. В. Н. Татищева, 2008. – 0,75 п. л.

18. *Сюлина С. П.* Информационное обеспечение аналитического обоснования производственной программы и анализа ее выполнения / Актуальные проблемы социально-экономического развития: территориальные и отраслевые аспекты. Ч. IV / Материалы V юбилейной международной научно-практической конференции «Татищевские чтения: актуальные проблемы науки и практики». – Тольятти : Волжский университет им. В. Н. Татищева, 2008. – 0,59 п. л.

19. *Сюлина С. П.* Об анализе взаимосвязи объема производства, себестоимости и прибыли / Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. Сер. «Экономика». Вып. 15. – Тольятти : ВУиТ, 2007. – 0,41 п. л.

Автореферат

Подписано в печать 08.09.08

Бумага типогр. №1

Печать офсетная

Заказ 284

Формат 60x84 ¹/₁₆

Гарнитура "Times"

Уч.-изд. л. 1,0

Тираж 100 экз.

Издательский центр Саратовского
государственного социально-экономического университета.
410003, Саратов, Радищева, 89.

02